

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Kota Bandung merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian daerah. Kota Bandung memiliki lebih dari 10.000 UMKM yang tersebar di berbagai sektor, seperti *mold*, kuliner, kerajinan tangan, teknologi, dan jasa. Sektor *fashion* menjadi salah satu ikon utama, sejalan dengan identitas Kota Bandung sebagai pusat kreativitas dan inovasi. UMKM di Bandung tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga membantu pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat di wilayah tersebut.

Sebagian besar UMKM di Kota Bandung adalah usaha mikro yang dikelola oleh individu atau keluarga dengan modular terbatas. Namun, ada juga usaha kecil dan menengah yang berkembang pesat, terutama di sektor design dan teknologi. Pelaku UMKM berasal dari berbagai latar belakang, termasuk pengusaha wanita yang memanfaatkan peluang di sektor kreatif. Selain itu, UMKM di Kota Bandung juga didukung oleh ekosistem yang kondusif, seperti keberadaan komunitas kreatif, program pemerintah, dan akses pasar yang luas.

Meskipun memiliki banyak potensi, UMKM di Kota Bandung menghadapi banyak masalah, seperti kesulitan mendapatkan pembiayaan, digitalisasi, dan persaingan pasar. Namun, dengan adanya dukungan pemerintah dan pemanfaatan teknologi *computerized*, UMKM di Kota Bandung memiliki peluang besar untuk terus berkembang dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan. Objek penelitian ini penting untuk memahami dinamika UMKM di Kota Bandung dan bagaimana peran pelaku usaha, khususnya wanita, dalam mendorong inovasi dan kinerja usaha di sektor ini.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kota Bandung dari tahun 2016-2023

Jumlah UMKM di Kota Bandung dari Tahun 2016-2023									
Kota	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Bandung	5263	150	527	360	268	1850	772	1009	10.149

Sumber: Open Data Bandung

Berdasarkan informasi dari Open Data Bandung, terdapat 10.149 UMKM yang tersebar di seluruh Kota Bandung. UMKM di kota ini mencakup berbagai sektor usaha seperti *fashion*, kuliner, kerajinan tangan, teknologi, hingga jasa, dengan sektor *fashion* dan kuliner menjadi yang paling menonjol. Sebagai salah satu kota kreatif di Indonesia, Melalui penciptaan lapangan kerja dan pengembangan inovasi produk, UMKM di Bandung berkontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi lokal.

Mayoritas UMKM merupakan usaha mikro dengan skala operasional kecil, meskipun usaha kecil dan menengah juga berkembang, terutama di sektor *mold* dan teknologi. Pelaku usaha UMKM terdiri dari masyarakat lokal dengan berbagai latar belakang pendidikan, dan banyak di antaranya adalah pengusaha wanita yang memanfaatkan peluang usaha kreatif. Namun, UMKM di Kota Bandung juga menghadapi tantangan, seperti keterbatasan akses pembiayaan, digitalisasi, dan pemasaran.

Kota Bandung memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan karena banyaknya usaha kecil dan menengah (UMKM). Didasarkan pada informasi ini, penelitian tentang peran gender dalam meningkatkan kinerja bisnis khususnya di industri fashion, yang merupakan salah satu ikon utama Kota Bandung menjadi sangat penting.

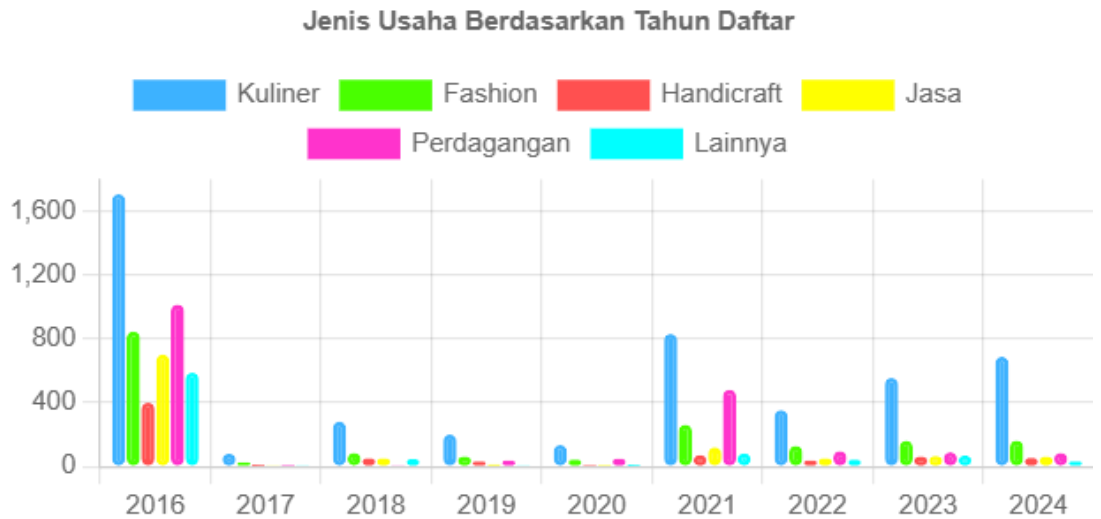
Tabel 1.2 Jumlah UMKM bidang *fashion* di Kota Bandung dari tahun 2016-2023

Jumlah UMKM Bidang Fashion di Kota Bandung 2016-2023									
Tahun	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Jumlah	847	28	86	64	45	262	131	163	1.626

Sumber: BPS kota Bandung

Tabel 1.2 menunjukkan data BPS Jawa Barat dan Dinas Koperasi UKM Kota Bandung, sektor UMKM sektor *fashion* Kota Bandung merupakan salah satu usaha yang cukup besar dan penting bagi perekonomian kota. Mencerminkan pertumbuhan dan keberagaman industri *fashion* di Bandung yang terkenal dengan produk-produk kreatif dan inovatifnya (BPS, 2025).

Secara khusus, publikasi tahunan BPS dan *Open Data* Bandung menunjukkan bahwa *fashion* merupakan salah satu jenis usaha yang dominan di kalangan UMKM, dengan jumlah unit bisnis yang terus meningkat setiap tahun seiring dengan meningkatnya permintaan produk fashion Bandung di tingkat lokal dan nasional.



Gambar 1.1 Perkembangan Jenis UMKM di Kota Bandung Berdasarkan Tahun Pendaftaran dari Tahun 2016 Hingga Tahun 2024

sumber: Sirkuit Bandung

Data SIRKUIT Bandung (2024) menunjukkan adanya perbedaan pada sektor usaha seperti kategori kuliner, *fashion*, kerajinan tangan, jasa, perdagangan dan lainnya. Dari jumlah tersebut, sektor memasak memiliki porsi yang sangat besar yaitu sebesar 40,9%, diikuti oleh sektor *fashion* sebesar 16%, sektor jasa sebesar 10,1%, sektor kerajinan tangan sebesar 6,7%, dan sektor lainnya sebesar 26,2%. Hal ini menunjukkan bahwa UKM di Kota Bandung tidak hanya berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, namun juga memperkuat perekonomian masyarakat setempat.

Pada tahun 2024, terdapat 3.697 pengusaha perempuan dibandingkan dengan 2.748 pengusaha laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki berjumlah sekitar 46,3% dari seluruh pelaku usaha kecil dan menengah di kota, sementara perempuan berjumlah sekitar 53,7% dari total pelaku usaha.



Gambar 1.2 Data Jumlah UMKM di Kota Bandung Berdasarkan Gender

Sumber : Sirkuit Bandung

Data ini mencerminkan meningkatnya partisipasi perempuan di sektor kewirausahaan yang merupakan langkah positif bagi pemberdayaan ekonomi perempuan di Bandung.

Saat ini, jumlah UMKM milik perempuan di Kota Bandung dapat diperkirakan berdasarkan data nasional Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2023). Hal ini menunjukkan bahwa 64,5% UMKM di Indonesia adalah perempuan. Berdasarkan data dari *Open Data Kota Bandung* (2024) yang mencakup lebih dari 200.000 UMKM terdaftar, diperkirakan sekitar 129.000 UMKM di Kota Bandung dijalankan oleh perempuan. Data ini menunjukkan dominasi perempuan di sektor UMKM sekaligus menyoroti kontribusi signifikan mereka terhadap perekonomian lokal.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Secara global, sekitar 30% usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dipimpin oleh perempuan, dibandingkan dengan sekitar 70% yang dipimpin oleh laki-laki (International Labour Organization, 2024). Menurut laporan *International Labour Organization* tahun (2024), “Perempuan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian, namun menghadapi hambatan yang lebih besar dalam mengakses sumber daya dan dukungan untuk mengembangkan bisnis mereka sumber daya alam, kontribusinya terhadap PDB global dapat meningkat hingga \$28 triliun pada tahun 2025. “Hanya 7% perempuan yang memiliki akses terhadap pembiayaan formal untuk usaha mereka, dibandingkan dengan 15% laki-laki.” Hal ini mencerminkan perbedaan yang signifikan antara perempuan dan laki-laki dalam hal memiliki dan mengelola usaha kecil di seluruh dunia dan menunjukkan hal yang lebih jauh lagi diperlukan upaya. Memperkuat peran perempuan di sektor UKM dan memungkinkan mereka untuk lebih berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi.

Wirausaha wanita memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat peran perempuan dalam masyarakat. Perempuan wirausaha tidak hanya berkontribusi terhadap perekonomian, mereka juga dapat berperan sebagai inisiator perubahan sosial dan menginspirasi generasi mendatang. Menurut *Global Entrepreneurship Monitor* (2020), “wanita wirausaha sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja karena mereka membawa perspektif dan inovasi unik ke pasar”.

Peningkatan partisipasi perempuan dalam dunia usaha diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga dan masyarakat serta mengurangi kesenjangan gender di bidang perekonomian (Global Entrepreneurship Monitor, 2020). Oleh karena itu, mendukung kewirausahaan perempuan merupakan langkah penting menuju pembangunan berkelanjutan dan inklusif. Data mengenai UMKM yang dikelola perempuan menunjukkan bahwa perempuan memberikan kontribusi

yang signifikan pada sektor ini. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021), sebanyak 64,5% dari seluruh UMKM di Indonesia dijalankan oleh perempuan .

Peran gender dalam kewirausahaan wanita sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung dan memberdayakan kewirausahaan perempuan. Melibatkan perempuan dalam bisnis tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi tetapi juga membantu mengurangi kesenjangan gender yang ada di masyarakat. Menurut UN Women (2020), “memberdayakan perempuan pengusaha sangat penting untuk kesetaraan gender dan pembangunan berkelanjutan karena membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja”. Lebih lanjut, menurut penelitian dari McKinsey *Global Institute* (2015), “Jika perempuan berpartisipasi dalam perekonomian dengan tingkat yang sama dengan laki-laki, perekonomian global dapat tumbuh sebesar \$28 triliun pada tahun 2025.”. Oleh karena itu, mendukung kewirausahaan perempuan bukan hanya sebuah langkah menuju peningkatan kesejahteraan individu, namun juga merupakan investasi strategis untuk masa depan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Pentingnya *Network Advice* dalam meningkatkan kinerja usaha kecil dan menengah (UMKM) tidak bisa diabaikan. Jaringan yang kuat memberikan UMKM akses informasi, sumber daya, dan peluang pasar yang lebih luas. Menurut ILO (2016), “Jaringan yang efektif dapat membantu UMKM mengatasi tantangan yang mereka hadapi, seperti akses terhadap keuangan dan pasar.” Lebih lanjut, McKinsey *Global Institute* (2016), menyatakan bahwa “UMKM dapat menjadi UMKM yang terhubung dengan jaringan perusahaan. cenderung berkinerja lebih baik.” Jaringan ini juga berfungsi sebagai platform untuk bertukar pengetahuan dan pengalaman, yang penting untuk pengembangan keterampilan dan inovasi. Menurut studi yang dilakukan oleh *World Bank* (2016), “UMKM yang terhubung dengan lembaga keuangan dan organisasi lain lebih mungkin menerima dukungan yang mereka butuhkan untuk tumbuh. Membangun dan mempertahankannya

Terdapat perbedaan kinerja usaha pengusaha perempuan dan laki-laki pada beberapa aspek. Penelitian Menurut Farlie & Robb (2009), menunjukkan bahwa meskipun pengusaha perempuan seringkali menghadapi tantangan yang lebih besar dalam mengakses modal dan jaringan, mereka cenderung lebih inovatif dan mudah beradaptasi dalam menanggapi perubahan pasar. Menurut Farlie & Robb (2009), “Rata-rata, kinerja bisnis milik perempuan lebih buruk dan tingkat keluarnya lebih tinggi dibandingkan bisnis milik laki-laki” .

Namun penelitian yang dilakukan oleh Robb & Watson (2012), menunjukkan bahwa “tidak ada perbedaan yang signifikan antara kinerja pengusaha perempuan dan laki-laki ketika ukuran dan risiko perusahaan diperhitungkan” . Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat perbedaan motivasi dan pendekatan, kinerja organisasi perempuan dan laki-laki dapat dibandingkan jika faktor-faktor tertentu dipertimbangkan. Meskipun jumlah wirausahawan perempuan di Indonesia masih sedikit, Banyak dari mereka bekerja di bisnis kecil dan menengah, yang memajukan perekonomian lokal.

Kinerja usaha pada UMKM Bandung sebagai perhatian penting, terutama mengingat kontribusi sektor ini terhadap perekonomian lokal. Banyak UMKM yang menghadapi tantangan pada hal manajemen, akses ke modal, & pemasaran, yang berdampak dalam kinerja mereka. Menurut laporan berdasarkan Dinas Koperasi & UKM (2022), "Sekitar 60% UMKM pada Bandung mengalami kesulitan pada mengakses pembiayaan yang memadai, yang Mengganggu pertumbuhan & penemuan mereka". Selain itu, kurangnya pembinaan & pengembangan keterampilan juga sebagai faktor yang memengaruhi kinerja bisnis.

Sebagaimana diungkapkan oleh Hendrawan (2023), "Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai manajemen usaha yang efektif, sehingga kinerja bisnis mereka tidak optimal". Oleh karena itu, untuk meningkatkan kinerja UMKM di Bandung, diperlukan upaya yang lebih besar dalam memberikan akses terhadap sumber daya, pelatihan, dan dukungan yang relevan.

Peran gender dalam kinerja bisnis adalah isu penting dalam kewirausahaan modern. Peran gender dapat berdampak pada akses individu terhadap sumber daya, jaringan, dan peluang yang diperlukan untuk mengembangkan bisnis. Menurut *World Bank* (2019), “perbedaan gender dalam akses terhadap keuangan, pendidikan, dan jaringan dapat berdampak signifikan terhadap potensi kewirausahaan perempuan”. Selain itu, penelitian dari *McKinsey Global Institute* (2015), menunjukkan bahwa “mengatasi kesenjangan gender dalam partisipasi angkatan kerja dapat menambah \$28 triliun PDB global pada tahun 2025.”

Hal ini menunjukkan bahwa adanya hambatan gender tidak hanya berdampak pada individu saja, namun juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Di sisi lain, perempuan yang memiliki akses lebih baik terhadap pendidikan dan pelatihan cenderung memiliki kinerja lebih baik dalam dunia usaha. Menurut *Global Entrepreneurship Monitor* (2020), “Perempuan pengusaha yang menerima pelatihan dan bimbingan lebih berpeluang sukses dan mengembangkan bisnisnya”. Oleh karena itu, memahami bagaimana peran gender mempengaruhi kinerja adalah penting untuk merancang kebijakan yang mendukung kewirausahaan inklusif dan berkelanjutan.

Usaha kecil dan menengah (UMKM) di Kota Bandung telah menjadi salah satu pendukung perekonomian daerah. UMKM di Bandung tidak hanya berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, tetapi juga berperan dalam mengembangkan inovasi dan kreativitas masyarakat lokal. Menurut Dinas Koperasi UMKM Kota Bandung (2022), “UMKM menyumbang sekitar 60% dari total lapangan kerja kota dan memberikan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto daerah (PDRB)”. Fenomena ini menunjukkan bahwa UMKM mempunyai potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif, terutama dalam menghadapi tantangan globalisasi dan perubahan pasar. Dengan dukungan pemerintah dan berbagai komunitas, UMKM Bandung terus berinovasi dan beradaptasi sehingga menjadikan kota ini salah satu pusat kreativitas Indonesia.

Industri *fashion* di Kota Bandung telah berkembang secara signifikan dan menjadi salah satu sektor perekonomian daerah yang paling dinamis. Kota ini dikenal sebagai *creative hub* yang banyak melahirkan desainer muda dan brand lokal inovatif. Menurut laporan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung (2022), Industri *fashion* di Bandung menyumbang sekitar 15% dari total industri kreatif, dan lebih dari 1.000 perusahaan bergerak di bidang *fashion*. Selain itu, Bandung juga terkenal dengan konsep distribusinya yang menawarkan produk-produk *fashion* yang unik dan berkualitas sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen khususnya generasi muda.

Menurut Sari (2021), menyatakan bahwa “Distribusi Bandung tidak hanya menjual pakaian, tetapi juga menjadi tempat berkumpulnya komunitas-komunitas kreatif yang mendukung tumbuhnya industri *fashion* lokal”. Dengan dukungan pemerintah dan berbagai komunitas, industri *fashion* Bandung terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren global, menjadikannya salah satu kota mode paling menarik di Indonesia.

Kewirausahaan perempuan di Bandung semakin berkembang terutama di era digital yang membawa peluang baru. Menurut penelitian Shodiq (2023), “Perempuan di Bandung menunjukkan semangat kewirausahaan yang tinggi meski menghadapi berbagai tantangan seperti akses terhadap modal dan jaringan”. Selain itu, banyak perempuan yang bekerja di usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal. Penelitian tersebut menyatakan bahwa “Tingginya jumlah perempuan yang berwirausaha menunjukkan bahwa perempuan mampu bersaing dengan laki-laki dalam dunia usaha” (Aimasari, 2015). Hal ini menunjukkan bahwa meski menghadapi kesulitan, perempuan pengusaha di Bandung mempunyai potensi besar untuk berkembang dan berkontribusi terhadap perekonomian.

Peran gender, khususnya wanita pada sektor UMKM, mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis, terutama pada bidang *fashion* di Kota Bandung. Penelitian menurut Halimah (2023), memberitahukan bahwa pengusaha perempuan

tidak jarang kali membawa pendekatan yang lebih inovatif & kreatif pada usaha mereka, yang berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi lokal. Sebagaimana diungkapkan pada studi Halimah (2023), "Perempuan dalam kewirausahaan tidak hanya berperan sebagai pengelola, tetapi juga sebagai inovator yang mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar". Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha perempuan di industri fashion membuat bisnis berjalan lebih baik dan meningkatkan diversifikasi produk dan layanan yang dijual.

Selain itu, dukungan sosial & jaringan yang bertenaga pada antara pengusaha perempuan pula berperan krusial pada menaikkan kinerja bisnis. Menurut Pratiwi (2022), "Jaringan sosial yang dibangun oleh pengusaha perempuan sering kali lebih kuat, sehingga memungkinkan mereka untuk saling mendukung dan mengembangkan sumber daya". Dengan demikian, penelitian mengenai dampak peran gender dalam meningkatkan kinerja bisnis di sektor UMKM, khususnya bagi pengusaha perempuan di bidang *fashion*, sangat relevan dan krusial untuk memahami dinamika ekonomi di Kota Bandung..

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman lebih dalam mengenai pengaruh peran gender terhadap peningkatan kinerja pada kalangan pengusaha perempuan di sektor UKM khususnya sektor *fashion* di Kota Bandung. Ketika peran perempuan dalam bisnis terus berkembang, penting untuk menyelidiki bagaimana faktor gender berdampak pada strategi, inovasi, dan kesuksesan perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi ilmiah, namun juga menjadi acuan bagi pemerintah, organisasi terkait, dan pemangku kepentingan lainnya ketika merumuskan kebijakan untuk mendorong pemberdayaan perempuan dalam mendukung usaha kecil dan menengah. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesetaraan gender dalam dunia usaha, serta pengembangan perekonomian.

1.3 Perumusan Masalah

UMKM di Bandung menghadapi berbagai tantangan yang memengaruhi keberlanjutan dan pertumbuhan usaha mereka. Salah satu permasalahan utama adalah keterbatasan akses permodalan, di mana banyak pelaku usaha kesulitan mendapatkan kredit usaha, sementara program bantuan seperti BLT UMKM kerap mengalami kendala distribusi (Kompas.com, 2021). Selain itu, keterbatasan dalam pemasaran dan promosi produk juga menjadi hambatan, meskipun telah ada inisiatif promosi di ruang publik seperti stasiun dan pusat perbelanjaan (Kompas.com, 2022). Di era digital, rendahnya tingkat adopsi teknologi oleh pelaku UMKM menghambat optimalisasi pemasaran melalui platform digital (Kompas.com, 2017). Masalah lain yang dihadapi adalah tingginya biaya sewa tempat usaha di pusat perdagangan, yang membebani keberlanjutan usaha kecil (Kompas.com, 2024). Persaingan dengan platform social commerce yang memiliki jangkauan luas dan sumber daya besar juga menjadi ancaman serius bagi UMKM lokal (Detik.com, 2023). Berbagai tantangan ini menunjukkan perlunya strategi yang komprehensif untuk meningkatkan daya saing UMKM di Bandung, baik melalui kebijakan pemerintah, digitalisasi usaha, maupun peningkatan akses terhadap sumber daya bisnis.

Peran gender dalam usaha sering kali menjadi penghalang bagi perempuan untuk mencapai potensi penuh mereka dalam dunia usaha. Penelitian Sari (2022) mengungkapkan bahwa perempuan yang bekerja di usaha kecil dan menengah sering kali menghadapi tantangan tambahan, seperti keterbatasan akses permodalan dan jaringan bisnis, sehingga sulit bersaing dengan laki-laki. Oleh karena itu, penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kesetaraan gender dalam bisnis, termasuk pelatihan yang setara dan akses yang sama terhadap sumber daya untuk semua gender (Pratiwi, 2021).

Masalah peran gender dalam UMKM di Bandung masih menjadi tantangan besar, karena perempuan seringkali menghadapi hambatan dalam mengakses sumber daya dan peluang yang setara. Penelitian Sari (2021), menunjukkan bahwa

“perempuan di sektor UMKM seringkali terhambat oleh norma-norma sosial dan budaya yang membatasi peran mereka dalam bisnis”. Hal ini menciptakan kesenjangan dalam partisipasi dan pengambilan keputusan, sehingga berdampak pada kinerja dan pertumbuhan bisnis. Selain itu, perempuan seringkali harus memikul tanggung jawab keluarga dan bisnis, yang dapat mengakibatkan kurangnya waktu dan tenaga untuk mengembangkan bisnis mereka.

Network advice dalam usaha sering kali menjadi faktor penentu keberhasilan atau kegagalan suatu bisnis, terutama bagi pengusaha pemula. Sebuah studi oleh Elam dkk. (2019) menunjukkan bahwa wirausahawan yang memiliki mentor dalam jaringan mereka cenderung mengatasi tantangan bisnis dan mencapai pertumbuhan yang lebih baik.

Kinerja usaha kecil UMKM sangat penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan dan keberlanjutan bisnis mereka. Menurut Sari & Prasetyo (2020), kinerja UKM seringkali dipengaruhi oleh beberapa aspek, seperti manajemen, akses permodalan, dan kemampuan beradaptasi terhadap teknologi. Menurut penelitian Mardikanto (2021), banyak usaha kecil mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan dan pemasarannya, sehingga berdampak negatif pada kinerja bisnisnya.

Dengan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Seberapa besar pengaruh peran gender terhadap kinerja usaha pengusaha wanita pada sektor *fashion* di Kota Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh peran gender terhadap kinerja usaha dimoderasi oleh *network advice* pada pengusaha wanita sektor *fashion* di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah memperoleh hasil kajian mengenai:

1. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh peran gender terhadap kinerja usaha pengusaha wanita pada sektor *fashion* di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh peran gender terhadap kinerja usaha dimoderasi oleh network advice pada pengusaha wanita sektor *fashion* di Kota Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini dapat mencakup pengembangan pengetahuan akademis mengenai kewirausahaan perempuan, khususnya dalam konteks UMKM.

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana faktor gender mempengaruhi kinerja dan keputusan bisnis. Hal ini penting untuk memperkaya literatur yang ada mengenai kewirausahaan perempuan di Indonesia dan mengisi kekurangan penelitian mengenai peran gender dalam industri kreatif, khususnya di sektor *fashion* yang dinamis. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan memberikan landasan untuk mengembangkan teori kewirausahaan yang lebih integratif.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini akan membantu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis dan mengidentifikasi strategi efektif untuk meningkatkan daya saing. Selain itu, temuan penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pengambil kebijakan dan organisasi non-pemerintah dalam merancang program pemberdayaan ekonomi yang lebih baik bagi perempuan pengusaha. Dengan memahami tantangan dan peluang, para pemangku

kepentingan tersebut dapat lebih efektif memberikan dukungan, baik melalui pelatihan, akses permodalan, dan pemasaran produk.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi sistematika dan penjelasan singkat dari laporan penelitian, yang terdiri dari Bab I hingga Bab V.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan penjelasan singkat, ringkas, dan mendalam tentang isi penelitian. Ini mencakup informasi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan

dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.